

Abstract

Unternehmen sind heutzutage einer hohen Marktdynamik ausgesetzt, die unter anderem zu immer kürzeren Produktlebenszeiten führt. Angesichts der hohen Flopraten befinden sich viele Unternehmen in einem Dilemma. Einerseits sind Innovationen überlebenswichtig und andererseits zeigen die hohen Flopraten, dass Innovationen mit einem erhöhten Risiko verbunden sind. Insbesondere die Frühphase des Innovationsprozesses verfügt über grosse Hebelwirkungen auf den Innovationserfolg. Aufgrund der starken Prozessorientierung der Unternehmen in den letzten Jahrzehnten und dem Fokus auf die Marketingperspektive in der Innovationserfolgsfaktorenforschung, sind organisationale Aspekte der Innovation zusehends in den Hintergrund geraten.

Im Rahmen der vorliegenden Forschungsarbeit wurde eine Literaturanalyse durchgeführt. Diese umfasste nebst der Erarbeitung theoretischer Grundlagen auch die Analyse ausgewählter Innovationserfolgsfaktorenstudien. Basierend hierauf wurden zwei erfolgskritische, organisationale Faktoren ausgewählt und im Kontext der Ideengenerierungsphase als Fokusthemen bearbeitet. Es handelt sich hierbei um die Kundenorientierung mit dem dazugehörigen Aspekt der Kundeneinbindung und die funktionsübergreifende Zusammenarbeit.

Dieser Forschungsbeitrag veranschaulichte, dass die frühe Kundenorientierung ein erfolgskritischer Faktor ist und einen positiven Einfluss auf den Innovationserfolg hat. Auch die Kundeneinbindung in die Ideengenerierungsphase trägt massgebend dazu bei, erfolgreiche Innovationen hervorzubringen, wobei es hier den richtigen Kunden einzubinden gilt. Die frühe Kooperation zwischen den Bereichen F&E und Marketing wird als erfolgsversprechend eingestuft, wohingegen die frühe Zusammenarbeit zwischen dem Marketing und der Produktion sowie der F&E und der Produktion kontrovers diskutiert werden. Die Integration aller drei Funktionsbereiche in der Ideengenerierungsphase erscheint nicht erfolgsversprechend.

Diese Arbeit zeigte, dass organisationale Faktoren in der Innovationserfolgsfaktorenforschung relativ unerforscht sind. Zukünftige Forschungsbeiträge könnten organisationale Faktoren und die phasenspezifische Aufteilung des Innovationsprozesses fester in das Untersuchungsdesign integrieren.